

# **PENGARUH PENINGKATAN PENDAPATAN ASLI DAERAH (PAD) TERHADAP KINERJA PEGAWAI**

( Study Kasus Pada Dinas Tata Ruang, Kerbersihan Dan Pertamanan (DTKP) Kabupaten  
Pandeglang )

**Lona Noviani**

Universitas Banten Jaya

[lona@unbaja.ac.id](mailto:lona@unbaja.ac.id)

## ***Abstract***

*The purpose of this study is to determine the level of service provided and to know the dimensions that must be improved by an agency. The research was conducted at the Office of Spatial Hygiene and Gardening (DTKP) Pandeglang Regency. Where this Agency has duties and functions, including managing solid waste service charges. in this study using a simple random sampling method (Simple Random Sampling). The simple random sampling technique chosen in the study of the operational technique of waste management in Pandeglang Regency is the stratified random sampling method. One method that can be used to measure customer satisfaction is the importance matrix method and performance analysis. This method is one of the ways in which respondents are asked to rate the level of expectation of certain attributes as well as the perceived level. Level of Customer Expectations (customer expectation). It can be concluded that the Performance Index Value is obtained with a weight of 5, which means that the assessment is very good. Likewise, the Harpan / Interest Index Value obtained a weight of 5 which means very good.*

**Keywords:Regional Original Income (PAD); Performance Improvement; Employees**

## ***Abstrak***

*Tujuan atas penelitian ini adalah Untuk mengetahui tingkat pelayanan yang diberikan dan Untuk mengetahui dimensi yang harus ditingkatkan oleh sebuah instansi. Penelitian dilakukan di Dinas Tata Ruang Kebersihan dan Pertamanan (DTKP) Kabupaten Pandeglang. Dimana Dinas ini mempunyai tugas dan fungsi diantaranya adalah melakukan pengelolaan retribusi pelayanan persampahan. dalam penelitian ini menggunakan metode sampel acak sederhana (Simple Random Sampling). Teknik sampling acak sederhana yang dipilih dalam penelitian terhadap teknik operasional pengelolaan sampah di Kabupaten Pandeglang adalah metode pengambilan sampel acak terstratifikasi (Stratified Random sampling). Salah satu metode yang dapat digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan adalah metode matrix importance and performance analysis. Metode ini termasuk salah satu cara dimana responden diminta untuk menilai tingkat harapan terhadap atribut tertentu dan juga tingkat yang dirasakan. Tingkat Harapan Pelanggan (customer expectation). disimpulkan Nilai Indek Kinerja diperoleh bobot 5 berarti penilaian sangat baik. Begitu juga dengan Nilai Indek Harpan/Kepentingan diperoleh bobot 5 yang artinya sangat baik.*

**Kata Kunci:Pendapatan Asli Daerah (PAD); Peningkatan Kinerja; Pegawai**

## **PENDAHULUAN**

Isu mengenai mutu telah menjadi pembicaraan yang senantiasa aktual.

Pemikiran dan penerapan berbagai konsep mutakhir atau kontemporer mengenai mutu telah mendapat prioritas hampir di segala

bidang, tidak terkecuali bidang pemerintahan. Penanganan mutu dalam penyelenggaraan Pemerintahan memiliki arti yang strategis dalam memacu kemajuan pembangunan bangsa. Sebab mutu yang ditangani secara tepat atau profesional menjadi kunci keberhasilan pengembangan mutu sumber daya manusia.

Perubahan lingkungan bisnis membuat setiap organisasi untuk selalu meningkatkan daya saingnya. Selain itu tuntutan pelanggan juga makin kuat terhadap produk maupun jasa yang bermutu, seiring dengan banyaknya alternatif barang dan jasa yang tersedia dan meningkatkannya pengetahuan serta status sosial masyarakat. Peningkatan mutu layanan kini mengarah pada bagaimana mengelola pelayanan yang memiliki daya saing di mata pengguna jasanya dengan memenuhi keinginannya melalui layanan yang berkualitas.

Konsep kualitas telah didefinisikan para ahli dari berbagai sudut pandang masing-masing. Namun demikian terdapat persamaan yang pada esensinya mengarah pada upaya pemenuhan harapan konsumen. Harapan konsumen, dalam hal ini adalah masyarakat tidaklah konstan dari waktu ke waktu, namun selalu berubah secara dinamis.

Kualitas adalah kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses yang memenuhi atau melebihi harapan konsumen. Dari definisi ini jelas bahwa kualitas tidak semata-mata terkait dengan produk akhir, namun demikian kualitas juga terkait dengan mutu proses, terlebih lagi dalam bidang jasa yang mengedepankan mutu interaksi dengan pengguna jasa. Masyarakat berhak menyatakan kualitas dengan membandingkan apa yang diharapkan dengan persepsi setelah menerima jasa tersebut.

Aparatur Pemerintahan di Kabupaten Pandeglang mempunyai kewajiban yang sama dalam memberikan pelayanan sesuai

dengan keinginan dan kebutuhan masyarakat. Salah satunya adalah Dinas Tata Ruang Kebersihan dan Pertamanan (DTKP) Kabupaten Pandeglang. Dinas ini mempunyai tugas dan fungsi diantaranya adalah melakukan pengelolaan retribusi pelayanan persampahan. Pengelolaan sampah di Indonesia menurut Damanhuri (1993) terbagi menjadi 5 (lima) komponen sub sistem yang saling mendukung yaitu teknis operasional, pembiayaan, organisasi dan manajemen, peraturan (hukum/legalitas) dan peran serta masyarakat. Kelima komponen tersebut saling terkait dan harus berjalan secara terpadu, dalam menciptakan pengelolaan sampah yang efektif dan efisien.

Pengelolaan persampahan di Kabupaten Pandeglang bertujuan untuk memberikan pelayanan kebersihan sebaik-baiknya kepada masyarakat. Pelayanan ini merupakan suatu kebijakan publik yang tidak bisa dilepas begitu saja. Tapi kebijakan harus diawasi, dan salah satu mekanisme pengawasan tersebut disebut sebagai evaluasi. Evaluasi biasanya ditujukan untuk menilai sejauh mana efektifitas kebijakan publik guna dipertanggungjawabkan kepada konstituennya. Evaluasi diperlukan untuk melihat kesenjangan antara harapan dengan kenyataan. Disamping itu evaluasi juga merupakan upaya untuk mengidentifikasi berbagai kelemahan, sehingga dapat diperoleh berbagai masukan dalam upaya optimalisasi kondisi yang ada sehingga dikemudian hari ada suatu perubahan ke arah yang lebih baik. Oleh karena itu dalam penelitian ini akan dievaluasi pelayanan DTKP Kabupaten Pandeglang dalam pengelolaan retribusi sampah.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas maka dapat dirumuskan pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana tingkat pelayanan yang diberikan oleh DTKP Kabupaten Pandeglang?
2. Dimensi layanan manakah yang harus ditingkatkan oleh DTKP Kabupaten Pandeglang?

### 1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan-permasalahan yang ada, maka tujuan penulisan skripsi ini adalah :

1. Untuk mengetahui tingkat pelayanan yang diberikan oleh DTKP Kabupaten Pandeglang.
2. Untuk mengetahui dimensi yang harus ditingkatkan oleh DTKP Kabupaten Pandeglang.

### 1.4. Manfaat penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah mampu menerapkan ilmu yang diperoleh pada bangku perkuliahan dan mengetahui masalah-masalah yang sebenarnya terjadi di lapangan.

### 1.5. Batasan Penelitian

Dalam penulisan skripsi ini terdapat batasan-batasan masalah sebagai berikut :

1. Penelitian dilakukan di DTKP Kabupaten Pandeglang.
2. Penelitian dilakukan terhadap pengguna yang sudah pernah membayar retribusi sampah DTKP Kabupaten Pandeglang.
3. Data yang dianalisis adalah data yang diperoleh dari kuesioner yang diisi oleh pengguna yang sudah pernah membayar retribusi sampah DTKP Kabupaten Pandeglang.

## LANDASAN TEORI

Pelayanan yang baik hanya akan dapat diwujudkan apabila di dalam

organisasi pelayanan terdapat sistem pelayanan yang mengutamakan kepentingan warga negara khususnya pengguna jasa pelayanan dan sumber daya manusia yang berorientasi pada kepentingan warga negara. Fokus pada kepentingan warga negara merupakan hal yang mutlak dilakukan oleh tiap-tiap unit pelayanan, dikarenakan keberadaan unit pelayanan publik bergantung pada ada tidaknya warga negara yang membutuhkan jasa pelayanan publik.

Penilaian terhadap kualitas pelayanan dilakukan pada saat pemberian pelayanan, yaitu terjadinya kontak antara masyarakat dengan PNS di dinas tertentu sebagai pemberi pelayanan (*service contact person*). Kualitas pelayanan akan terlihat dari kesesuaian pelayanan yang diterima pelanggan dengan apa yang menjadi harapan dan keinginan pelanggan tersebut. Dalam perkembangan selanjutnya, praktik manajemen pemerintahan banyak menggunakan pendekatan-pendekatan manajemen yang telah terlebih dahulu diterapkan di sektor swasta, salah satunya adalah konsep manajemen kualitas. Prinsip-prinsip manajemen kualitas adalah (Tjiptono, 1997) :

1. Fokus kepada pelanggan  
Pelaksanaan prinsip ini tergantung pada pelanggan organisasi, oleh sebab itulah maka organisasi harus memahami betul kebutuhan pelanggannya. Dengan demikian organisasi akan selalu tanggap akan kebutuhan dan kepuasan pelanggan.
2. Kepemimpinan  
Disadari atau tidak keterlibatan pimpinan dalam penerapan manajemen kualitas sangat dibutuhkan, karena dengan demikian akan membawa dampak pada keterlibatan secara penuh dari setiap unsur organisasi.
3. Keterlibatan orang-orang secara penuh terhadap penerapan standar ini.  
Keterlibatan orang-orang secara penuh terhadap penerapan standar ini merupakan faktor penting dalam rangka memberikan

komitmen bersama, menumbuhkembangkan inovasi dan kreativitas, sehingga semuanya ikut bertanggungjawab terhadap masalah yang dihadapi beserta solusinya terhadap masalah yang mungkin timbul.

#### 4. Pendekatan Proses

Dengan penerapan prinsip ini, hasil yang diinginkan akan dapat tercapai dengan lebih efisien, karena pendekatan ini mengintegrasikan sumber daya yang ada, seperti manusia, material, metode, mesin dan peralatan dalam rangka menghasilkan nilai tambah bagi pelanggan. Dengan demikian akan menghemat biaya dan waktu yang diperlukan.

#### 5. Pendekatan system terhadap manajemen

Pendekatan ini akan memfokuskan usaha-usaha pada proses kunci yang pada akhirnya akan memberikan kontribusi pada efektivitas dan efisiensi organisasi dalam mencapai tujuan.

#### 6. Peningkatan Terus Menerus

Hal ini didefinisikan sebagai suatu proses yang berfokus pada upaya peningkatan efektivitas dan efisiensi organisasi secara terus menerus, yang membutuhkan langkah konsolidasi yang progresif dan menanggapi perkembangan kebutuhan dan ekspektasi pelanggan. Dengan demikian dapat mengetahui keunggulan kinerja melalui peningkatan kemampuan organisasi.

#### 7. Pendekatan Faktual dalam pembuatan keputusan.

Dengan menggunakan data dan informasi yang faktual maka dapat menghilangkan akar penyebab masalah, sehingga dapat diselesaikan secara tepat sehingga dapat meningkatkan kinerja organisasi dan efektivitas implementasi sistem manajemen kualitas.

#### 8. Hubungan antar stakeholder yang saling Menguntungkan

Hubungan antara organisasi dengan pelanggan atau stakeholder merupakan hubungan ketergantungan yang saling menguntungkan, sehingga akan

meningkatkan kemampuan bersama dalam menciptakan nilai tambah masing-masing.

Ke 8 prinsip di atas merupakan alat atau tools untuk dapat mengoptimalkan pelayanan publik. Standar pelayanan menjadi faktor kunci dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan publik. Upaya penyediaan pelayanan yang berkualitas antara lain dapat dilakukan dengan memperhatikan ukuran-ukuran apa saja yang menjadi kriteria kinerja pelayanan. Menurut Suprpto dan Suryanto (2006), kriteria-kriteria pelayanan tersebut antara lain:

1. Kesederhanaan, yaitu bahwa tata cara pelayanan dapat diselenggarakan secara mudah, lancar, cepat, tidak berbelit-belit, mudah dipahami dan dilaksanakan oleh pelanggan;
2. Reliabilitas, meliputi konsistensi dari kinerja yang tetap dipertahankan dan menjaga saling ketergantungan antara pelanggan dengan pihak penyedia pelayanan, seperti menjaga keakuratan perhitungan keuangan, teliti dalam pencatatan data dan tepat waktu;
3. Tanggung jawab dari para petugas pelayanan, yang meliputi pelayanan sesuai dengan urutan waktunya, menghubungi pelanggan secepatnya apabila terjadi sesuatu yang perlu segera diberitahukan;
4. Kecakapan para petugas pelayanan, yaitu bahwa para petugas pelayanan menguasai keterampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan; Pendekatan kepada pelanggan dan kemudahan kontak pelanggan dengan petugas, Petugas pelayanan harus mudah dihubungi oleh pelanggan, tidak hanya dengan pertemuan secara langsung, tetapi juga melalui telepon atau internet. Oleh karena itu, lokasi dari fasilitas dan operasi pelayanan juga harus diperhatikan;
5. Keramahan, meliputi kesabaran, perhatian dan persahabatan dalam kontak antara petugas pelayanan dan pelanggan. Keramahan hanya diperlukan jika pelanggan termasuk dalam konsumen konkret.

Sebaliknya, pihak penyedia layanan tidak perlu menerapkan keramahan yang berlebihan jika layanan yang diberikan tidak dikonsumsi para pelanggan melalui kontak langsung;

6. Keterbukaan, yaitu bahwa pelanggan bisa mengetahui seluruh informasi yang dibutuhkan secara mudah dan gamblang, meliputi informasi mengenai tata cara, persyaratan, waktu penyelesaian, biaya dan lain-lain;
7. Komunikasi antara petugas dan pelanggan, Komunikasi yang baik dengan pelanggan adalah bahwa pelanggan tetap memperoleh informasi yang berhak diperolehnya dari penyedia pelayanan dalam bahasa yang dimengerti.
8. Kredibilitas, meliputi adanya saling percaya antara pelanggan dan penyedia pelayanan, adanya usaha yang membuat penyedia pelayanan tetap layak dipercayai, adanya kejujuran kepada pelanggan dan kemampuan penyedia pelayanan untuk menjaga pelanggan tetap setia;
9. Kejelasan dan kepastian, yaitu mengenai tata cara, rincian biaya layanan dan tata cara pembayarannya, jadwal waktu penyelesaian layanan tersebut. Hal ini sangat penting karena pelanggan tidak boleh ragu-ragu terhadap pelayanan yang diberikan;
10. Keamanan, yaitu usaha untuk memberikan rasa aman dan bebas pada pelanggan dari adanya bahaya, resiko dan keragu-raguan. Jaminan keamanan yang perlu diberikan berupa keamanan fisik, finansial dan kepercayaan pada diri sendiri; Mengerti apa yang diharapkan pelanggan, Hal ini dapat dilakukan dengan berusaha mengerti apa saja yang dibutuhkan pelanggan. Mengerti apa yang diinginkan pelanggan sebenarnya tidaklah sukar. Dapat dimulai dengan mempelajari kebutuhan-kebutuhan khusus yang diinginkan pelanggan dan memberikan perhatian secara personal;
11. Kenyataan, meliputi bukti-bukti atau wujud nyata dari pelayanan, berupa fasilitas fisik,

adanya petugas yang melayani pelanggan, peralatan yang digunakan dalam memberikan pelayanan, kartu pengenal dan fasilitas penunjang lainnya;

12. Efisien, yaitu bahwa persyaratan pelayanan hanya dibatasi pada hal-hal yang berkaitan langsung dengan pencapaian sasaran pelayanan dengan tetap memperhatikan keterpaduan antara persyaratan dengan produk pelayanan;
13. Ekonomis, yaitu agar pengenaan biaya pelayanan harus ditetapkan secara wajar dengan memperhatikan nilai barang/jasa dan kemampuan pelanggan untuk membayar.

## 2.2. Pelayanan Prima

Berkaitan dengan pelayanan, ada dua istilah yang perlu diketahui, yaitu melayani dan pelayanan. Pengertian melayani adalah membantu menyiapkan (mengurus) apa yang diperlukan seseorang. Sedangkan pengertian pelayanan adalah usaha melayani kebutuhan orang lain” (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 1995). Pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan oleh organisasi atau perorangan kepada konsumen (*customer*/yang dilayani), yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki. Hal ini sesuai dengan apa yang disampaikan oleh Dotchin dan Oaklnad (1994) mengenai karakteristik tentang pelayanan, yakni sebagai berikut:

- a. Pelayanan bersifat tidak dapat diraba, pelayanan sangat berlawanan sifatnya dengan barang jadi;
- b. Pelayanan itu kenyataannya terdiri dari tindakan nyata dan merupakan pengaruh yang sifatnya adalah tindakan sosial;
- c. Produksi dan konsumsi dari pelayanan tidak dapat dipisahkan secara nyata, karena pada umumnya kejadiannya bersamaan dan terjadi di tempat yang sama.

Keputusan Menteri Negara Pendayagunaan Aparatur Negara (Meneg PAN) Nomor 63/KEP/M.PAN/7/2003, memberikan pengertian pelayanan prima

yaitu segala kegiatan pelayanan yang dilaksanakan oleh penyelenggara pelayanan prima sebagai upaya pemenuhan kebutuhan penerima pelayanan maupun pelaksanaan ketentuan peraturan perundangundangan. Berdasarkan fungsi pemerintah dalam melakukan pelayanan umum (publik) terdapat 3 (tiga) fungsi pelayanan, yaitu *environmental service, development service, protective service*. Pelayanan yang diberikan oleh pemerintah juga dapat dibedakan berdasarkan siapa yang dapat menikmati atau memperoleh dampak dari suatu layanan, baik seseorang secara individu maupun kelompok atau kolektif. Untuk itu perlu disampaikan bahwa konsep barang layanan pada dasarnya terdiri dari jenis barang layanan privat (*private goods*) dan barang layanan yang dinikmati secara kolektif (*public goods*).

Sedangkan Pelayanan prima merupakan terjemahan dari istilah "*Excellent Service*" yang secara harfiah berarti pelayanan yang sangat baik dan atau pelayanan yang terbaik. Disebut sangat baik atau terbaik, karena sesuai dengan standar pelayanan yang berlaku atau dimiliki oleh instansi yang memberikan pelayanan. Apabila instansi pelayanan belum memiliki standar pelayanan, maka pelayanan disebut sangat baik atau terbaik atau akan menjadi prima, manakala dapat atau mampu memuaskan pihak yang dilayani (pelanggan). Jadi pelayanan prima dalam hal ini sesuai dengan harapan pelanggan.

Tujuan pelayanan prima adalah memberikan pelayanan yang dapat memenuhi dan memuaskan pelanggan atau masyarakat serta memberikan fokus pelayanan kepada pelanggan. Pelayanan prima pada sektor publik didasarkan pada aksioma bahwa "pelayanan adalah pemberdayaan". Kalau pada sektor bisnis atau swasta tentunya pelayanan selalu bertujuan atau berorientasi profite atau keuntungan organisasi. Pelayanan prima

sektor publik tidaklah mencari untung, tetapi memberikan pelayanan sesuai dengan kebutuhan masyarakat secara sangat baik atau terbaik. Dalam hal memberdayakan masyarakat ini, pelayanan yang diberikan tidaklah bertujuan selain mencari untung, juga menjadikan masyarakat justru terbebani atau terperdayakan dengan pelayanan dari pemerintahan yang diterimanya.

### 2.3. Karakteristik *Critical-to-Quality* (CTQ)

Karakteristik *Critical-to-Quality* (CTQ) adalah karakteristik spesifik yang penting dari sebuah produk, service, atau proses. Karakteristik *Critical-to-Quality* (CTQ) harus diterjemahkan kedalam statistika agar didapat jaminan kepuasan pelanggan. Dalam penelitian Parasuraman, et al.(1993) mengemukakan ada dua level harapan konsumen terhadap kualitas layanan: level layanan yang diinginkan (*desired level*) dan level pelayanan memadai (*adequate service*). CTQ merupakan persyaratan yang harus dipenuhi agar konsumen dapat menjadi puas akan produk / servis dari suatu perusahaan. Dalam menentukan CTQ yang perlu dilakukan adalah mengidentifikasi tentang situasi produk / jasa, mengidentifikasi pelanggan atau segmen pelanggan, data mengenai kebutuhan pelanggan dan ekspektasinya, dan menyusun draft pernyataan persyaratan dan kemudian memvalidasinya.

Zeithaml et al, (1990) menyatakan terdapat sepuluh dimensi kualitas pelayanan yang dapat dijadikan variabel dalam penilaian suatu kualitas pelayanan atau menjadi *critical-to-quality*:

1. *Reliability* adalah kemampuan untuk melaksanakan pelayanan yang semestinya secara cepat dan tepat.
2. *Responsiveness* adalah keinginan untuk membantu nasabah dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap.

3. *Emphaty* adalah memiliki rasa memperhatikan dan memelihara pada masing-masing nasabah.
4. *Assurance* adalah pengetahuan dan keramahan karyawan serta kemampuannya untuk memberikan kesan dapat dipercaya dan penuh keyakinan.
5. *Tangible* adalah penampilan fasilitas-fasilitas fisik, peralatan, personil, dan perlengkapan-perengkapan komunikasi.
6. *Credibility* adalah kejujuran dari seorang karyawan dalam melayani para nasabah.
7. *Security* adalah jaminan keamanan bagi nasabah yang diberikan oleh penyedia layanan.
8. *Access* adalah memberikan kemudahan akses bagi konsumen.
9. *Communication* adalah kemampuan untuk mendengarkan
10. *Knowing the customer* adalah kemampuan untuk memenuhi kebutuhan dan harapan dari nasabah.

Dalam perkembangan selanjutnya dalam penelitian dirasakan adanya dimensi mutu pelayanan yang saling tumpang tindih satu dengan yang lainnya yang dikaitkan dengan kepuasan pelanggan. Selanjutnya oleh Parasuraman et al. (1993) dimensi tersebut difokuskan menjadi 5 dimensi (ukuran) kualitas jasa/ pelayanan, yaitu :

1. *Tangible* (berwujud); meliputi penampilan fisik dari fasilitas, peralatan, karyawan dan alat-alat komunikasi.
2. *Realibility* (keandalan); yakni kemampuan untuk melaksanakan jasa yang telah dijanjikan secara konsisten dan dapat diandalkan (akurat).
3. *Responsiveness* (cepat tanggap); yaitu kemauan untuk membantu pelanggan (konsumen) dan menyediakan jasa/ pelayanan yang cepat dan tepat.
4. *Assurance* (kepastian); mencakup pengetahuan dan keramah-tamahan para karyawan dan kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang

dimiliki para staf, bebas dari bahaya, risiko atau keragu-raguan.

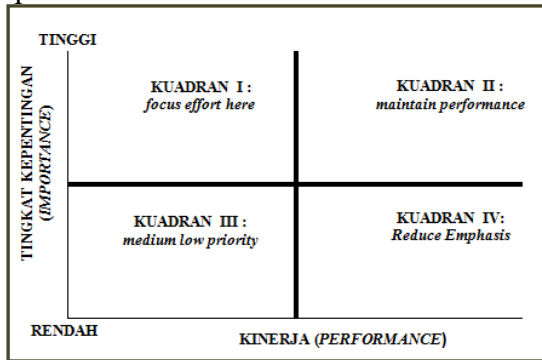
5. *Empaty* (empati); meliputi pemahaman pemberian perhatian secara individual kepada pelanggan, kemudahan dalam melakukan komunikasi yang baik, dan memahami kebutuhan pelanggan.

#### 2.4. *Matrix Importance and Performance Analysis*

Salah satu metode yang dapat digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan adalah metode *matrix importance and performance analysis*. Metode ini termasuk salah satu cara dimana responden diminta untuk menilai tingkat harapan terhadap atribut tertentu dan juga tingkat yang dirasakan. Tingkat Harapan Pelanggan (*customer expectation*). Harapan dalam penelitian ini selanjutnya disebut dengan *importance*, dimaksudkan sebagai tingkat harapan menurut persepsi konsumen. Dari berbagai persepsi tingkat harapan menurut persepsi konsumen yang didapatkan, akan dapat dirumuskan tingkat harapan yang paling dominan sehingga dapat menangkap persepsi yang lebih jelas terhadap variabel. Selanjutnya dapat mengkaitkan pentingnya variabel bersangkutan dengan kenyataan yang dirasakan oleh konsumen, yang tujuannya untuk mengukur apa yang seharusnya dikerjakan perusahaan agar menghasilkan produk atau jasa yang berkualitas tinggi dan menangkap persepsi yang lebih jelas, mengenai variabel tersebut di mata pelanggan.

Tingkat Kinerja (*Performance*) adalah kenyataan yang dirasakan oleh pelanggan, kondisi saat ini kenyataan yang sedang terjadi menurut pendapat konsumen. Secara umum pengukuran *importance* dan *performance matrix* ini terdiri dari 4 kuadran yaitu kuadran pertama terletak disebelah kiri atas, kuadran kedua disebelah kanan atas, kuadran ketiga disebelah kiri bawah, dan

kuadran keempat disebelah kanan bawah. Secara konseptual dapat digambarkan seperti Gambar berikut ini.



Gambar 1. Kuadran Importance dan Performance Matrix

Berikut ini penjelasan masing-masing kuadran pada Gambar 1.

- a. Kuadran I (Prioritas Utama) atau *attributes to improve* ini adalah wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap penting oleh pelanggan tetapi pada kenyataannya faktor-faktor ini belum sesuai seperti yang diharapkan (tingkat kepuasan/kinerja masih sangat rendah). Variabel-variabel yang masuk dalam kuadran ini harus ditingkatkan. Caranya adalah organisasi melakukan perbaikan secara terus menerus sehingga performance variable yang ada dalam kuadran ini akan meningkat.
- b. Kuadran II (Kinerja dipertahankan) atau *maintain performance*, ini adalah wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap oleh pelanggan sudah sesuai dengan yang dirasakannya sehingga tingkat kepuasannya relatif lebih tinggi. Variable-variabel yang termasuk dalam kuadran ini harus tetap dipertahankan karena semua variabel ini menjadikan produk/jasa tersebut unggul dimata pelanggan.
- c. Kuadran III (Prioritas Rendah) atau *attributes to maintain* ini adalah wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap kurang penting oleh pelanggan dan pada kenyataannya kinerjanya juga demikian, masih rendah. Peningkatan variabel-variabel yang termasuk dalam kuadran ini dapat

dipertimbangkan kembali karena pengaruhnya terhadap manfaat yang dirasakan oleh pelanggan sangat kecil.

- d. Kuadran IV (Pelayanan Berlebihan) atau *main priority* ini adalah wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap kurang penting oleh pelanggan dan dirasakan terlalu berlebihan. Variabel-variabel yang termasuk dalam kuadran ini dapat dikurangi agar perusahaan dapat menghemat biaya.

## METODE PENELITIAN

### 3.1. Jenis dan Sumber Data

Data yang dikumpulkan terdiri dari data primer dan sekunder, baik yang bersifat kualitatif ataupun kuantitatif. Data primer adalah data-data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama. Data primer diperoleh melalui kuesioner kepada pembayar retribusi sampah DTKP. Data sekunder diperoleh dari DTKP Kabupaten Pandeglang.

3.2. Teknik Pengumpulan Data  
Pengumpulan data dilakukan melalui beberapa cara yaitu :

- a. Wawancara mendalam (*depth interview*)  
Wawancara mendalam dilakukan untuk memperoleh informasi deskriptif yang berkaitan dengan retribusi sampah di DTKP Kabupaten Pandeglang.
- b. Kuesioner  
Pengisian kuisisioner digunakan untuk memperoleh data kualitatif yang dapat diolah menjadi informasi deskriptif. Responden dalam pengisian kuisisioner yaitu, pembayar retribusi sampah DTKP Pandeglang.
- c. Studi pustaka  
Studi pustaka dilakukan untuk memperoleh informasi mengenai kualitas, retribusi sampah.

### 3.3. Variabel Penelitian



Variabel penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. *Tangible* (berwujud); meliputi penampilan fisik dari fasilitas, peralatan, karyawan dan alat-alat komunikasi.
2. *Realibility* (keandalan); yakni kemampuan untuk melaksanakan jasa yang telah dijanjikan secara konsisten dan dapat diandalkan (akurat).
3. *Responsiveness* (cepat tanggap); yaitu kemauan untuk membantu pelanggan (konsumen) dan menyediakan jasa/pelayanan yang cepat dan tepat.
4. *Assurance* (kepastian); mencakup pengetahuan dan keramah-tamahan para karyawan dan kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, risiko atau keragu-raguan.
5. *Empaty* (empati); meliputi pemahaman pemberian perhatian secara individual kepada pelanggan, kemudahan dalam melakukan komunikasi yang baik, dan memahami kebutuhan pelanggan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 4.1. Ukuran Sampel

Penentuan menentukan populasi yang akan diambil dalam penelitian ini menggunakan metode sampel acak sederhana (*Simple Random Sampling*). Metode sampel acak sederhana adalah metode yang digunakan untuk memilih sample dari populasi dengan cara sedemikian rupa sehingga setiap anggota populasi mempunyai peluang yang sama besar untuk diambil sebagai sampel (Sugiarto, 2001). Teknik sampling acak sederhana yang dipilih dalam penelitian terhadap teknik operasional pengelolaan sampah di Kabupaten Pandeglang adalah metode pengambilan sampel acak terstratifikasi (*Stratified Random sampling*). Menurut Sugiarto (2001) metode pengambilan sampel terstratifikasi adalah

metode pemilihan sampel dengan cara membagi populasi kedalam kelompok-kelompok yang homogen yang disebut strata, dan kemudian sampel diambil secara acak dari setiap strata tersebut.

Pengambilan populasi terhadap penelitian sistem pengelolaan sampah di Kabupaten Pandeglang dapat dikelompokkan berdasarkan Berdasarkan Perda nomor 16 Tahun 2007 Kabupaten Pandeglang tentang retribusi pelayanan persampahan yaitu rumah makan/restoran. Ukuran sampel yang digunakan dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan persamaan berikut ini (Sarwono 2006):

$$n = \frac{N}{N(d^2) + 1}$$

$$n = \frac{8492}{8492(0,1^2) + 1}$$

$$n = 98,8 \approx 99$$

Dimana:

N : Jumlah Populasi

D : Confident Interval (10%)

### 4.2. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk menguji apakah tiap-tiap butir pernyataan telah mampu mengungkapkan faktor yang ingin diselidiki, dengan menggunakan program SPSS. Untuk menganalisa akan dilihat dari perbandingan r hasil (*Corrected Item-Total Correlation*) dengan 0,3. Dimana menurut Azwar (1992) bahwa r hasil (*Corrected Item-Total Correlation*) yang mempunyai nilai > 0,3 mempunyai tingkat kevalid-an yang tinggi.

Tabel 1. Validitas Kuesioner Rating Harapan

| Pertanyaan | r hasil | Arti  |
|------------|---------|-------|
| 1          | 0,370   | Valid |
| 2          | 0,406   | Valid |
| 3          | 0,437   | Valid |

| Pertanyaan | r hasil | Arti  |
|------------|---------|-------|
| 4          | 0,385   | Valid |
| 5          | 0,396   | Valid |
| 6          | 0,442   | Valid |
| 7          | 0,536   | Valid |
| 8          | 0,533   | Valid |
| 9          | 0,522   | Valid |
| 10         | 0,614   | Valid |
| 11         | 0,665   | Valid |
| 12         | 0,488   | Valid |
| 13         | 0,680   | Valid |
| 14         | 0,621   | Valid |
| 15         | 0,611   | Valid |
| 16         | 0,534   | Valid |
| 17         | 0,567   | Valid |
| 18         | 0,626   | Valid |
| 19         | 0,585   | Valid |
| 20         | 0,542   | Valid |
| 21         | 0,593   | Valid |

Tabel 2. Validitas Kuesioner Rating Persepsi

| Pertanyaan | r hasil | Arti  |
|------------|---------|-------|
| 1          | 0,486   | Valid |
| 2          | 0,476   | Valid |
| 3          | 0,481   | Valid |
| 4          | 0,426   | Valid |
| 5          | 0,564   | Valid |
| 6          | 0,46    | Valid |
| 7          | 0,582   | Valid |
| 8          | 0,604   | Valid |
| 9          | 0,691   | Valid |
| 10         | 0,664   | Valid |
| 11         | 0,642   | Valid |
| 12         | 0,6     | Valid |
| 13         | 0,669   | Valid |
| 14         | 0,586   | Valid |
| 15         | 0,642   | Valid |
| 16         | 0,51    | Valid |
| 17         | 0,57    | Valid |
| 18         | 0,664   | Valid |

| Pertanyaan | r hasil | Arti  |
|------------|---------|-------|
| 19         | 0,552   | Valid |
| 20         | 0,638   | Valid |
| 21         | 0,619   | Valid |

#### 4.3. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menunjukkan stabilitas hasil pengamatan. Dalam pengukuran reliabilitas dilakukan dengan cara mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan dengan menggunakan program SPSS dengan uji statistik *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ). Uji reliabilitas akan diuji berdasarkan lima dimensi umum kualitas.

Menurut Sekaran (2003), hasil dari *Cronbach's Alpha* yang kurang dari 0,6 mempunyai reliabilitas *poor*, *Cronbach's Alpha* berada pada range 0,7 reliabilitas *acceptable*, dan lebih dari 0,8 dikatakan mempunyai reliabilitas *good*.

Tabel 3. Reliabilitas Rating Harapan

| No | Dimensi               | <i>Cronbach's Alpha</i> | Keterangan Reliabilitas |
|----|-----------------------|-------------------------|-------------------------|
| 1  | <i>Tangibles</i>      | 0,665                   | <i>Acceptable</i>       |
| 2  | <i>Reliability</i>    | 0,565                   | <i>Poor</i>             |
| 3  | <i>Responsiveness</i> | 0,643                   | <i>Acceptable</i>       |
| 4  | <i>Assurance</i>      | 0,795                   | <i>Acceptable</i>       |
| 5  | <i>Emphaty</i>        | 0,848                   | <i>Good</i>             |

Tabel 4. Reliabilitas Rating Persepsi

| No | Dimensi | <i>Cronbach's Alpha</i> | Keterangan Reliabilitas |
|----|---------|-------------------------|-------------------------|
|----|---------|-------------------------|-------------------------|

|   |                       |       |                   |
|---|-----------------------|-------|-------------------|
| 1 | <i>Tangibles</i>      | 0,729 | <i>Acceptable</i> |
| 2 | <i>Reliability</i>    | 0,611 | <i>Acceptable</i> |
| 3 | <i>Responsiveness</i> | 0,785 | <i>Acceptable</i> |
| 4 | <i>Assurance</i>      | 0,814 | <i>Good</i>       |
| 5 | <i>Emphaty</i>        | 0,865 | <i>Good</i>       |

Dari tabel 3 dan tabel 4 dapat disimpulkan rata-rata butir pertanyaan pada tiap dimensi mempunyai reliabilitas yang dapat diterima, sehingga dapat dikategorikan reliabel. Hanya pada dimensi *reliability* di rating kepentingan yang dikategorikan *poor*.

### 3.6 Analisis Data

#### a. Matrix Importance Analysis

Tiap kriteria dalam kuesioner matrix importance and performance analysis dilengkapi atribut nilai dengan pilihan jawaban preferensi pada rentang Skala Likert. Untuk penilaian harapan/kepentingan menggunakan skala yaitu tidak penting (STP) diberi bobot 1; kurang penting (TP) diberi bobot 2; cukup penting (N) diberi bobot 3; penting (P) diberi bobot 4 dan sangat penting (SP) diberi bobot 5. Sedangkan untuk penilaian kinerja menggunakan skala likert, yaitu tidak baik (TB) diberi bobot 1; kurang baik (KB) diberi bobot 2; cukup baik (CB) diberi bobot 3; baik (P) diberi bobot 4 dan sangat baik (SP) diberi bobot 5. Penilaian tersebut kemudian diolah untuk mendapatkan Nilai Indek Kinerja (NIK) dan Nilai Indek Harapan/Kepentingan (NIH) yang diperoleh melalui persamaan berikut:

$$\text{NIK} = \frac{(\text{SB} \times 5) + (\text{B} \times 4) + (\text{CB} \times 3) + (\text{KB} \times 2) + (\text{TB} \times 1)}{5}$$

$$\text{NIH} = \frac{(\text{SP} \times 5) + (\text{P} \times 4) + (\text{CP} \times 3) + (\text{KP} \times 2) + (\text{TP} \times 1)}{5}$$

Dari data diatas dapat disimpulkan Nilai Indek Kinerja diperoleh bobot 5 berarti penilaian sangat baik. Begitu juga dengan Nilai Indek Harpan/Kepentingan diperoleh bobot 5 yang artinya sangat baik.

## KESIMPULAN

Untuk mengetahui tingkat pelayanan yang diberikan dan Untuk mengetahui dimensi yang harus ditingkatkan oleh sebuah instansi. Penelitian dilakukan di Dinas Tata Ruang Kebersihan dan Pertamanan (DTKP) Kabupaten Pandeglang. Dimana Dinas ini mempunyai tugas dan fungsi diantaranya adalah melakukan pengelolaan retribusi pelayanan persampahan.

Dari Matrix Importance Analysis dapat disimpulkan Nilai Indek Kinerja diperoleh bobot 5 berarti penilaian sangat baik. Begitu juga dengan Nilai Indek Harpan/Kepentingan diperoleh bobot 5 yang artinya sangat baik.

## DAFTAR PUSTAKA

- Azwar, S. 1997. *Reliabilitas dan Validitas*, Edisi 1, Pustaka Belajar, Yogyakarta
- Damanhuri, E. 2003. Permasalahan dan Alternatif Teknologi Pengelolaan Sampah Kota di Indonesia. *Prosiding Seminar Teknologi untuk Negeri*, Vol. I. Hal. 394-400
- Dotchin, J. A., Oakland, J. S. 1994a. Total quality management in services: part 2 service quality. *International Journal of Quality & Reliability Management*, Vol. 11, No. 3, pp.27-42
- Gaspersz, V. 2006. *Continous Cost Reduction Through Lean-Sigma Approach*. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Juran, J.M. 1980. *Quality Planning and Analysis: From Product Development Through Use*. McGraw-Hill, New York, NY.
- Parasuraman, Zaithaml, V., Berry., Leonard. 1993. A conceptual model

- of service quality and implication for future research. *Journal of Marketing*, 49, pp 41-50.
- Sarwono, J. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif*. Graha Ilmu. Bandung.
- Sekaran, U. 2003. *Research Methods for Business: A Skill Building Approach, Fourth Edition*. John Wiley & Son, Inc. New York.
- Sugiarto. 2001. *Teknik Sampling*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Sutopo., Suryanto. 2006. *Pelayanan Prima:Modul Prajabatan*. Lembaga Administrasi Negara
- Tjiptono, F. 1997. *Total Quality Service*. Andi Offset. Jogjakarta.
- Zeithalm, A, Parasuraman, A., Berry, L.L. 1990. *Delivering Quality Service :Balancing Customer Perceptions and Expectations*. The Free Press. New York.